

# Música brasileira no Japão: Novos Compositores em colaborações

## Dani Gurgel

Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Pesquisa a indústria musical em suas diversas facetas, do ponto de vista da academia e também de seu trabalho artístico nas áreas de Música e de Fotografia. Participa do grupo de pesquisa Datacracia, parte do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. E-mail: contato@danigurgel.com.br

**Resumo:** Este estudo aborda o espaço para a música brasileira no Japão, em especial quanto a estilos de nicho, como música instrumental e de canções que não têm espaço na programação das rádios nacionais. O trabalho surgiu da necessidade de melhor compreender as observações empíricas de turnês anuais realizadas ao país desde 2013 pela autora, todas na posição dupla de artista e empresária musical do grupo Dani & Debora Gurgel Quarteto. Pela união de dados de pesquisas sobre a indústria musical e entrevistas com jornalistas japoneses e artistas, empresário e diplomata brasileiros, é tecida uma análise sobre o crescimento da geração musical conhecida como Novos Compositores e a importância da colaboração entre artistas para o desbravamento dos mercados artísticos internacionais.

**Palavras-chave:** Japão; Música Brasileira; Público; Mercado Potencial.

**Brazilian Music in Japan: *Novos Compositores* (New Composers) for an audience of Japanese citizens**

**Abstract:** This essay addresses the potential market for Brazilian music in Japan, especially in niche styles, such as instrumental music and songs that are not included in the playlists of national radios. It emerged from the need to better understand the empirical observations of annual tours performed at the country since 2013 by this author, all in the dual position of artist and manager of the group Dani & Debora Gurgel Quarteto. By combining research data on the music industry and interviews with Japanese journalists and Brazilian artists, an entrepreneur and a diplomat, an analysis of the growth of the musical generation known as *Novos Compositores* (New Composers) is developed, highlighting the importance of collaboration between artists for the development of international artistic markets.

**Keywords:** Japan; Brazilian Music; Audience; Potential Market.

## Introdução

O Japão é um contexto único para o estudo do impacto de qualquer estilo musical. Literalmente um arquipélago, preserva lojas de discos de nove andares – como a Tower Records (TOWER..., 2018) –, revistas impressas sobre assuntos de nicho – entre elas a *Latina*, especializada em música brasileira (HANADA, 2013) –, e é um raro país onde as vendas de produtos musicais físicos ainda superam as de produtos digitais (INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY, 2015).

Este estudo surgiu da necessidade de melhor compreender as observações empíricas de turnês anuais realizadas ao país desde 2013, todas na posição dupla de artista e empresária musical do grupo Dani & Debora Gurgel Quarteto. Ao longo de cinco turnês, foi possível observar diversos aspectos que podem apontar o Japão como um dos principais mercados para a música do Brasil.

Para tanto, foi necessário entrevistar artistas brasileiros que têm o Japão como um de seus principais focos na programação de turnês e lançamento de álbuns. São artistas que produzem música brasileira – cantada e instrumental –, residem no Brasil e têm projetos musicais lançados mundialmente. São eles: a veterana Joyce Moreno, que visita o Japão anualmente desde 1985; o pianista André Mehmar, que lá esteve seis vezes, cada uma com um grupo diferente; a cantora Giana Viscardi, que em sua segunda turnê foi convidada a produzir um álbum exclusivo para uma gravadora japonesa; o compositor Filó Machado, que lá foi pela primeira vez como convidado de um grupo e voltou outras quatro com seu próprio trabalho; Antonio Loureiro, que realizou duas turnês individuais e, posteriormente, uma como músico acompanhante do guitarrista de jazz Kurt Rosenwinkel; o arranjador Mario Adnet, diretor musical de projetos da cantora nipo-brasileira Lisa Ono; a cantora Fabiana Cozza, que foi três vezes convidada do saxofonista Sadao Watanabe; o pianista Fabio Torres, que se apresentou também com Watanabe e, posteriormente, com seu próprio Trio Corrente; e, por último, o mais recente visitante, Rafael Martini, pianista que visitou o país apenas uma vez, no ano de 2017, com auxílio do governo do estado de Minas Gerais.

As impressões dos artistas brasileiros são complementadas por entrevistas realizadas com jornalistas, um executivo e um diplomata envolvidos na promoção de música brasileira no Japão. A Tratore, empresa responsável pela distribuição física e digital de álbuns brasileiros, conta o caminho traçado para apresentar ao Japão o trabalho de Fernanda Takai, Vanessa Moreno e Fi Maróstica, Giana Viscardi e Dani & Debora Gurgel Quarteto. O diplomata Pedro Brancante fala sobre as iniciativas da Embaixada do Brasil em Tóquio. Por fim, Takashi Horiuchi e Jin Nakahara elucidam suas visões do ponto de vista de críticos japoneses especializados em música brasileira.

## Produtos físicos e digitais

Quase duas décadas após a criação do Napster, programa de compartilhamento de documentos que usava a tecnologia *peer-to-peer* (P2P),<sup>1</sup> a mudança de foco no consumo de música na virada do século XX para o XXI é identificada em diversos aspectos e territórios: o compartilhamento gratuito incentiva a mudança do consumo de música das formas físicas para as digitais (PERPETUO; SILVEIRA, 2009); o consumo de arquivos em formato MP3<sup>2</sup> é ultrapassado, como analogia digital à posse de discos, pelo serviço das plataformas de *streaming* (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2015); a cena da música independente ao vivo é auxiliada pelo fácil acesso ao conteúdo via *streaming*, mas também hipervalorizada (PANAY, 2011); e o público-alvo da própria comunicação da música é alterado, deixando os selos de buscar público comprador e passando a objetivar o público ouvinte (GURGEL, 2016).

Músicos e empresários reportam que, nos anos 1990, investiam em shows com o propósito de vender discos, mas hoje distribuem discos com o objetivo de encher a plateia dos concertos (PERPETUO; SILVEIRA, 2009), podendo até, em alguns casos, oferecer diretamente ao público o conteúdo completo de seus álbuns em MP3 de forma gratuita (ANDERSON, 2009: 155; DE MARCHI, 2011; 2012).

<sup>1</sup> Transmite arquivos diretamente entre seus usuários sem a necessidade de passar por um servidor central.

<sup>2</sup> Formato de arquivo cuja compressão permite uma versão aproximadamente dez vezes menor que um arquivo WAV (áudio não comprimido), o que facilita seu compartilhamento pela internet.

<sup>3</sup> Em tradução livre, Federação Internacional da Indústria Fonográfica.

Nesse contexto de digitalização da música e seu consumo como serviço, o Japão é apontado nas pesquisas sobre o mercado da música – em especial as da International Federation of the Phonographic Industry<sup>3</sup> (IFPI) – como um país de transição tardia dos produtos físicos para os digitais, assim como a Alemanha (INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY, 2014; 2015; 2016). O Japão aparenta não ter feito a transição para o consumo de produtos digitais de maneira tão abrupta, mantendo sua cultura do papel, do origami, da embalagem e da preservação dos pequenos detalhes, que se evidencia aos olhos do visitante. Segundo relatório de 2015 do IFPI, o Japão teve redução nas vendas totais de produtos musicais de 5,5% em 2014, seguindo os 16,7% de 2013; porém, 78% das vendas era de suportes físicos em 2014, enquanto no mercado global a proporção era de 46% de produtos físicos contra 46% de digitais. Essa redução de faturamento é mais lenta do que a queda abrupta em mercados com menos apego ao disco físico, como o Brasil, que caiu 15,5% nas vendas físicas, apesar do aumento de 2% no total graças ao crescimento de 30,4% nas digitais (INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY, 2015) e dos avanços significativos para a distribuição dos independentes de maneira digital (BUSSAB, 2015).

<sup>4</sup> Em tradução livre, Associação da Indústria Fonográfica (ou “de Gravações”) do Japão.

Dados da Recording Industry Association of Japan<sup>4</sup> (RIAJ), apontam que, em 2016, o faturamento total da música no país deixou de cair e cresceu 0,42%, porém com diversas diferenças em relação às tendências mundiais: enquanto a maior parte do mundo sofre queda na renda auferida com *downloads* – em especial os Estados Unidos, que lucrou 38,8% em 2014 e caiu para 24,1% em 2016 (INGHAM, 2017b) –, a venda de álbuns completos digitais no Japão cresceu 3,5%; o *streaming* no Japão representa apenas 37,8% do total do faturamento digital, enquanto nos Estados Unidos ele já alcança 51,4%. As vendas físicas ainda representam 77% do mercado total (INGHAM, 2017a).

Sobrevivem grandes lojas de discos, como a HMV, a Disk Union e – se destacando – a Tower Records, que mantém um prédio de nove andares com 1.550 m<sup>2</sup> e 800.000 títulos (TOWER..., 2018) em uma esquina nobre do bairro de Shibuya, famoso por seus grandes cruzamentos de pedestres e calçadas de compras. Isso permite grande diversificação de estilos, ao contrário do que acontece nos encolhidos corredores de discos das lojas brasileiras e dos Estados Unidos, hoje ocupadas por eletrônicos, vestuário e videogames (PERPETUO; SILVEIRA, 2009: 193). A Tower Records conta com um andar inteiro apenas de álbuns de jazz e outro repleto de *world music*, com diversas estantes dedicadas exclusivamente ao Brasil.

<sup>5</sup> Proposta de Chris Anderson que sugere a rentabilidade de lojas virtuais somando grande variedade de títulos que tenham pouca saída, possibilitada pela facilidade do estoque virtual. Nesse caso, o conceito é aplicado às vendas físicas, facilitadas, porém, pela agregação em uma única distribuidora, o que permite a venda de poucos exemplares de muitos artistas.

As grandes lojas trazem muita variedade. Porém, é em lojas de nicho que encontramos boa parte da cauda longa<sup>5</sup> da música brasileira. A Taiyo Record é uma pequena loja em Tóquio especializada em música brasileira, argentina e francesa. Ao se entrar no local, percebe-se que mais da metade das prateleiras são ocupadas por música brasileira, em grande parte independente. Muitos desses álbuns são importados da Tratore, distribuidora brasileira responsável por títulos de aproximadamente 4.000 artistas e produtores independentes. Com atendimento dedicado do dono da loja, que conhece de forma meticulosa cada disco ali disponível, recomendações são dadas, estudadas e personalizadas para os compradores que se revelam cativos.

<sup>6</sup> Trecho de entrevista com Maurício Bussab, realizada em 12 de novembro de 2017 para esta pesquisa.

Maurício Bussab, executivo da distribuidora Tratore, conta que já licenciou álbuns de artistas brasileiros para lançamento exclusivo no Japão pela Taiyo Record, entre eles Fernanda Takai e o duo Vanessa Moreno e Fi Maróstica. Bussab explica que, pela distribuição de produtos diversos, apresenta grande variedade de artistas ao público japonês. “Mas o resultado mais importante é que a música de centenas de artistas chega ao Japão. O número de artistas que chegam a fazer turnê é pequeno, mas o número de títulos vendidos lá é bastante grande.”<sup>6</sup>

Além dos álbuns propriamente ditos, o Japão mantém um mercado de coletâneas, tanto digitais quanto físicas. São de música ambiente, música para dormir, música para trabalhar no jardim ou, as mais comuns, introduções a estilos ou seleções comemorativas de lojas e marcas. As coletâneas são sucesso de vendas e uma das melhores maneiras de se introduzir novos artistas ao público japonês. O crítico Takashi Horiuchi, que produz coletâneas para diversos selos, explica:

Na segunda metade dos anos 1990, começaram os lançamentos dos CD de *compilation* (coletâneas). Esse movimento tem como centro a música brasileira, classificada como *café music*. O público japonês gosta de ouvir discos dentro de um pacote, uma seleção. Por isso, têm sido lançados guias de discos, exercendo a função de catálogo.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Trecho de entrevista realizada em 15 de novembro de 2017 com Takashi Horiuchi. O depoimento foi concedido por escrito, em japonês, e traduzido para o português por Megumi Arai.

<sup>8</sup> Para esta pesquisa, foi realizada entrevista presencial com Willie Whopper, em 19 de junho de 2018.

<sup>9</sup> Dentre elas, a da distribuidora CDBaby, disponível em: <[http://bit.ly/DG\\_bossanova](http://bit.ly/DG_bossanova)>. Acesso em: 10 jan. 2016.

<sup>10</sup> Termo utilizado no Japão para *background music*, em tradução livre, “música ambiente”.

<sup>11</sup> Trecho de entrevista com Takashi Horiuchi.

São lançados livros de música, como o *Guia da música instrumental brasileira* (WHOPPER, 2013), com pequenas resenhas e relações entre discos e músicos para o ouvinte poder determinar sua próxima aventura. Willie Whopper, o pesquisador responsável por esse guia, viaja constantemente ao Brasil em sua investigação pelo que há de novo na música do país.<sup>8</sup>

### Bossa nova é jazz?

Apesar da classificação da música brasileira como *world music* em grande parte das lojas e revistas, também é significativa a relação feita com o jazz no exterior, especialmente no Japão – país com grande parte de sua cultura do século XX importada dos Estados Unidos, em especial desde sua reconstrução após a Segunda Guerra Mundial. Nos Estados Unidos, até hoje, bossa nova é um subgênero do jazz na maior parte das classificações,<sup>9</sup> e qualquer música feita no Brasil que se aproxime mais da bossa nova do que do pop ou de estilos mais regionais tem grandes chances de ser etiquetada como um braço do jazz.

Não compete a este artigo a discussão se ela é correta ou não, porém é inegável que a classificação da bossa nova como um tipo de jazz abre caminho para os músicos brasileiros terem acesso a todo um circuito estabelecido ao gênero, com casas de shows, festivais e público. No Japão, jazz, *smooth jazz* e bossa nova são frequentes em coletâneas de música ambiente, chamadas de *café music*, como citado por Takashi Horiuchi. Em cafés, restaurantes e lojas, especialmente os voltados a um público maduro e de poder aquisitivo mais alto, a trilha sonora costuma ser composta por esses estilos. O mesmo crítico explica a BGM,<sup>10</sup> como é conhecida no Japão a música ambiente.

Quando viajo, reparo que, no Japão, ouço músicas brasileiras muito mais do que em outros países. Aqui, a música brasileira passa como BGM no *shopping*, no café, no restaurante, no hospital... em todos os lugares. Até a década de 2000, a maior parte dessa música era bossa nova, mas agora comporta música popular brasileira (MPB) também. Então as pessoas a escutam sem saber que é música brasileira, já estão acostumadas com BGM.<sup>11</sup>

Apesar de já fazer quatro séculos que os portugueses deixaram Nagasaki, é possível que sua influência também esteja em algumas reentrâncias da cultura japonesa, com reminiscências na língua e na religião (MATSUDA, 1965), o que pode facilitar o interesse pela música brasileira. É tema de grande interesse, que exigiria estudo dedicado da situação atual.

Artistas brasileiros que flertam com o jazz são constantes no Japão, e sua música se enquadra na programação de *jazz clubs*, modo como se autodenomina o Blue Note Tokyo, e festivais, como Tokyo Jazz Festival e Blue Note Jazz Festival.

### Novos Compositores

Jin Nakahara é radialista e criador do programa *Saúde Saudade*, que vai ao ar na rádio J-WAVE, em Tóquio, desde a inauguração da estação, em 1988. Ele aponta o jazz como porta de entrada para a música brasileira:

<sup>12</sup> Trecho de entrevista com Jin Nakahara, realizada por e-mail em 11 de Novembro de 2017. Jin Nakahara respondeu em Português.

No Japão, o jazz é muito bem recebido, e muita gente que gosta de jazz começa a escutar música brasileira. O sucesso de DDG4 [Dani & Debora Gurgel Quarteto] no Japão é a grande prova disso. Quanto aos Novos Compositores, estamos abrindo a porta para eles agora.<sup>12</sup>

Nakahara faz menção ao termo Novos Compositores, cunhado por esta autora em 2007, na ocasião da produção de uma série de shows no Brasil e posterior lançamento



do álbum *Nosso*, em 2008 – com repertório dos mesmos autores –, e *Agora*, em 2009 – com repertório e participações de artistas similares. Tratam-se de compositores contemporâneos, que há uma década ainda eram jovens e desconhecidos.

Os referidos álbuns também chegaram ao Japão pela Taiyo Record, que os encomendou da distribuidora Tratore. Mais cópias de *Nosso* e *Agora* foram vendidas pela exportação para a Taiyo do que a soma de todas as encomendas de lojas brasileiras –entre elas Fnac, Livraria Cultura, Saraiva, Submarino e Pop's Discos – para a distribuidora.

Na sequência, títulos de diversos dos convidados e compositores presentes nesses projetos e no *podcast* Música de Graça<sup>13</sup> passaram a ser encomendados da Tratore pela mesma loja japonesa, dada a facilidade de encomendar pequenas quantidades de uma grande variedade de títulos da mesma distribuidora, que pode enviá-los em única remessa. A partir dessa disseminação de novos artistas, o nome de projeto Novos Compositores tornou-se título de uma geração artística inteira assim reconhecida no Japão e a autora passou a receber constantes pedidos de recomendações de novos artistas e seleção de coletâneas.

Takashi Horiuchi, crítico japonês responsável por dois programas de rádio (*Navio*, na rádio Freedom, e *Na Praia*, na Shonan Beach FM) e pela seleção de coletâneas para diversas gravadoras, explica o crescimento do termo do lado japonês, e fala sobre a importação por meio da Tratore:

A expressão Novos Compositores, no Japão, começou com *Agora*. É um termo que mostra o gênero da música, que representa os artistas que estão ao seu redor, assim como era o Clube da Esquina. Nas críticas de discos, frequentemente aparece a palavra Novos Compositores. O modo de compartilhar músicas dentro desse estilo tem impacto muito forte.

[...]

No Japão, graças à Tratore, há muitos discos importados de selos independentes do Brasil. Há muitos discos dos Novos Compositores que são de selos independentes, então estou sempre de olho no *website* da distribuidora para saber sobre os lançamentos.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> *Podcasts* se assemelham a programas de rádio, gravados em áudio ou vídeo e disponibilizados com certa periodicidade para *download* e/ou *streaming* pela internet. Música de Graça foi um *podcast* que veiculou entre 2012 e 2014, produzido por esta autora. Promovia o compartilhamento gratuito de músicas inéditas de artistas independentes sob licença Creative Commons. Tratavam-se de gravações exclusivas para o projeto, acompanhadas de uma curta entrevista (MÚSICA..., 2011). As gravações eram distribuídas por três canais: *download* direto pelo *site*, *streaming* no YouTube e *download* do vídeo pelo diretório de *podcasts* do iTunes, da Apple.

<sup>14</sup> Trecho de entrevista com Takashi Horiuchi.

### A música brasileira no Japão: artistas brasileiros e japoneses

O saxofonista japonês Sadao Watanabe é ativo na divulgação da música brasileira em seu país desde a década de 1960. Em sua extensa discografia, de mais de setenta títulos, segundo seu próprio *website*, constam diversos álbuns dedicados à música brasileira. De suas vinte primeiras gravações, todas na década de 1960, dez contam com repertório brasileiro. Destacam-se o álbum *Bossa nova '67*, com músicos japoneses, e um álbum de 1968 gravado em São Paulo, *Sadao meets Brazilian friends*, com músicos e repertório brasileiros. Segundo Pedro Brancante, responsável pelo setor cultural da embaixada brasileira em Tóquio, Watanabe é o maior responsável pela popularidade da música brasileira no Japão, entendida como vertente do jazz.<sup>15</sup> Segundo a cantora Fabiana Cozza, ele é considerado “um papa do jazz japonês”<sup>16</sup>.

A cantora nipo-brasileira Lisa Ono também exerce importante papel na divulgação de música brasileira no Japão. Filha de japoneses, mas nascida no Brasil, aos 10 anos de idade se mudou para o Japão, onde seu pai, empresário de Baden Powell, abriu a casa de espetáculos Saci-Pererê (CRAVO ALBIN, 2016).

Em diversos de seus trabalhos, Lisa conta com o violonista e arranjador carioca Mario Adnet. Sua primeira excursão em conjunto para o Japão foi quando Lisa o convidou para lançar *Pedra bonita*, disco de Adnet que contava com a participação de Tom Jobim, recém-falecido. Além da casa Blue Note Tokyo – na qual os artistas se apresentam duas vezes por noite para aproximadamente 250 pessoas por sessão –, Lisa costuma fazer shows em espaços para mais de 3.000 pessoas em países como a China, segundo Mario.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> Entrevista de Pedro Brancante concedida por telefone, em 21 de novembro de 2017, gravada e transcrita.

<sup>16</sup> Trecho de entrevista com Fabiana Cozza, respondida por mensagens gravadas em áudio e posteriormente transcritas, em 13 de novembro de 2017.

<sup>17</sup> Entrevista de Mario Adnet concedida por telefone, em 21 de novembro de 2017, gravada e transcrita.

<sup>18</sup> Informação de entrevista com Willie Whopper.

<sup>19</sup> Hi-Fi Set 「メモランダム」. Disponível em: <<https://bit.ly/2PB3Jmh>>. Acesso em: 30 set. 2018.

<sup>20</sup> Entrevista com Fabio Torres realizada por intermédio de mensagens de áudio, gravadas e posteriormente transcritas, em novembro de 2017.

<sup>21</sup> Informações disponíveis em <<https://www.grammy.com/grammys/artists/paquito-drivera>> e <<https://www.latingrammy.com/en/news/56a-entrega-anual-del-grammy>>. Acesso em: 23 jan. 2018.

<sup>22</sup> Trechos da entrevista com Fabio Torres.

<sup>23</sup> *Standards* pode ser literalmente traduzido como “padrões”. São composições de jazz muito conhecidas, que integram o repertório básico de músicos do gênero, algo como um “repertório padrão”. O termo, quando utilizado para música brasileira, refere-se a clássicos da bossa nova, como “Chega de saudade”, “Garota de Ipanema”, “Saudade fez um samba” etc.

<sup>24</sup> Trecho de entrevista com Joyce Moreno, respondida por e-mail, em 13 de novembro de 2017.

<sup>25</sup> Trecho de entrevista com Filó Machado, respondida por meio de mensagens gravadas em áudio e posteriormente transcritas, em 22 de novembro de 2017.

<sup>26</sup> Trecho de entrevista com Joyce Moreno.

O pesquisador Willie Whopper cita a cantora brasileira Wilma de Oliveira como grande responsável pela divulgação da bossa nova no Japão, pois lá se radicou por muitos anos, e também Clara Nunes e Nara Leão, que ali realizaram turnês nos anos 1970;<sup>18</sup> cita também o grupo Hi-Fi Set como um dos primeiros expoentes da bossa nova japonesa.<sup>19</sup>

A cantora paulista Fabiana Cozza esteve no Japão três vezes entre 2008 e 2014, porém sempre em posição de convidada, em turnês com o saxofonista japonês Sadao Watanabe. Sua visão do país foi moldada pelo ponto de vista de um grande e renomado artista, apresentando-se em salas de filarmônicas para plateias de três a quatro mil pessoas. O pianista Fabio Torres passou por experiência similar como convidado do saxofonista, porém também foi ao país como músico acompanhante da cantora Rosa Passos e, em outra oportunidade, com seu próprio grupo, o Trio Corrente.<sup>20</sup> Este último foi ao Japão em turnê conjunta com o saxofonista de jazz Paquito D’Rivera, com quem gravou o álbum *Song for Maura*, vencedor dos prêmios Grammy e Grammy Latino de Melhor Álbum de Jazz Latino em 2013.<sup>21</sup>

Mario Adnet, Fabiana Cozza e Fabio Torres retratam um público japonês mais distante do que outros entrevistados. Uma plateia comportada, que assiste aos concertos de forma compenetrada e atenta e aplaude de forma comedida ao final, demonstrando sua apreciação de forma educada. Segundo Fabio, é um público “extremamente educado, [...] bastante silencioso, de plateia contida. Ao final do concerto, você chega à conclusão de que as pessoas amaram aquilo”. Fabio explica: “É comum encontrar um público que você julgaria frio. Mas não é que ele está frio, é que simplesmente ele é muito educado e contido na hora do concerto”.<sup>22</sup>

Lisa Ono e Sadao Watanabe, em suas turnês acompanhadas pelos entrevistados, executaram canções do repertório brasileiro, como Toquinho, Vinicius de Moraes, Tom Jobim e Baden Powell. Fabio Torres, por ter realizado também uma turnê com seu próprio grupo, pôde tecer comparação entre as duas experiências, atestando que teve mais liberdade de repertório na última turnê, na qual, segundo ele, executou músicas autorais do grupo e de Paquito D’Rivera, além dos *standards*<sup>23</sup> brasileiros. Nessa mesma turnê, Fabio relata que teve proximidade maior com o público após os shows do que nas outras situações, em que apenas os artistas principais receberam a plateia para fotografias e autógrafos.

Compreende-se, para esta análise, Lisa Ono e Sadao Watanabe como artistas de grande porte no mercado japonês, por contarem com plateias de quatro dígitos em suas apresentações. Outros artistas, por sua vez compreendidos como de médio porte, apresentam-se em temporadas de três noites ou mais em casas como o já mencionado Blue Note, o similar Cotton Club, mantido pela mesma empresa, e outros concorrentes, como o Billboard Live – todos na faixa de 150 a 300 lugares e garantindo duas apresentações por noite. Entre esses artistas, a cantora e compositora Joyce Moreno, que visita o país anualmente desde 1985, é desde 1991 contratada pelo Blue Note Japan, apresentando-se no circuito de casas por eles administradas. Joyce traz outra visão desse público: “Sempre ouço as pessoas dizendo que é um público contido, meio frio. Mas não é essa a experiência que tenho. A minha tem sido com um público extremamente caloroso, sempre”.<sup>24</sup>

Filó Machado, que esteve no país cinco vezes, sendo quatro delas com seu próprio trabalho, também retrata um público “deslumbrante. Me sinto muito feliz quando me apresento no Japão. Eles têm um carinho enorme pelos artistas brasileiros”.<sup>25</sup>

Tanto Filó quanto Joyce contam que apresentam um repertório misto de canções autorais e outras brasileiras já conhecidas, similar ao relatado por Fabio Torres quanto à turnê com seu grupo, o Trio Corrente. Joyce explica: “Sempre fui como compositora, ou seja, basicamente mostrando meu próprio trabalho de composição. Mas como também curto muito fazer meus próprios arranjos para *standards* de música brasileira, isso sempre faz parte do meu show”.<sup>26</sup>

<sup>27</sup> Trecho de entrevista com André Mehmari, respondida por meio de mensagens gravadas em áudio e posteriormente transcritas, em 14 de novembro de 2017.

<sup>28</sup> Trecho de entrevista com Antonio Loureiro, respondida por meio de mensagens gravadas em áudio e posteriormente transcritas, em 14 de novembro de 2017.

<sup>29</sup> Trecho de entrevista com Antonio Loureiro.

Por último, artistas que são classificados como de pequeno porte para os fins deste estudo são aqueles que se apresentam para menores plateias ou nas mesmas casas de show por apenas uma ou duas noites. Dentre os abordados que já estiveram no Japão mais de uma vez, estão nessa faixa André Mehmari, Antonio Loureiro, Giana Viscardi e Dani & Debora Gurgel Quarteto. Os quatro relatam um público carinhoso, que “forma filas enormes. Todos querem autógrafos e compram mais de um CD. [...] [Eles] compram CD de forma muito assídua”,<sup>27</sup> como diz o pianista André Mehmari. Antonio Loureiro chega a dizer que tem “mais público no Japão do que no Brasil”,<sup>28</sup> o que também é relatado pelo Dani & Debora Gurgel Quarteto – que, entre 2014 e 2017, realizou 46% de suas apresentações no Japão, condensadas em duas semanas por ano, contra 43% no Brasil ao longo do resto do período.

Os artistas classificados aqui como de pequeno porte relatam apresentar shows mais repletos de músicas de composição própria do que os artistas de médio porte, como é evidenciado por Antonio Loureiro: “Eu toco predominantemente as minhas músicas. Só algumas composições da MPB, mas que são arranjos estranhos, as quais chamo de ‘transversões’, fazem parte do meu repertório”.<sup>29</sup> A única exceção relatada é a turnê de lançamento do álbum *Coffee & music*, de Giana Viscardi, encomendado pela gravadora japonesa Rambling Records em 2009 com a maioria das canções sendo de outros compositores. O grupo Dani & Debora Gurgel Quarteto gravou álbum em convite similar, com versões de músicas pop, porém não realizou turnê dedicada a ele.

Artistas de todos os portes buscam também outras formas de financiamento para suas turnês, pois nem sempre faturam com a venda de ingressos o suficiente para pagar por passagens, hospedagem, alimentação e emissão de vistos de trabalho. Rafael Martini, artista também de pequeno porte que foi ao Japão apenas uma vez, conta que realizou sua turnê de 2017 com seu parceiro Alexandre Andrés tendo auxílio do programa Música Minas, que promove artistas do estado de Minas Gerais, responsável pelo financiamento de suas passagens aéreas. Outros artistas foram ao Japão pelo programa Novas Vozes do Brasil, promovido pelo Itamaraty no início da década de 2010, como Verônica Ferriani, Tulipa Ruiz e Tiê.

<sup>30</sup> Concedida por telefone em 21 de novembro de 2017, gravada e transcrita.

A Embaixada Brasileira em Tóquio conta com um setor cultural, formado por um diplomata e cinco funcionários locais, que colabora com a promoção de eventos culturais conforme as possibilidades de seu orçamento. Pedro Brancante, responsável pelo setor na época, relatou em entrevista<sup>30</sup> que a Embaixada coproduz eventos como exposições levantando recursos do Brasil e do Japão e integrando profissionais de ambos os países para realizá-los. Em outras situações, funciona como ponte entre o Brasil e o Japão, aproximando profissionais que possam gerar cultura, realiza pequenos eventos em seu auditório e, por último, também auxilia na divulgação de eventos relacionados ao Brasil, como shows de artistas no Blue Note Tokyo, com quem tem parceria para a promoção.

Pedro também relata um público japonês que já conhece o Brasil da bossa nova, para o qual a Embaixada se esforça em apresentar novos artistas, de modo a ampliar seu conhecimento sobre o país, mostrando um Brasil “moderno e cosmopolita”, em suas palavras.

Desde o fim do programa Novas Vozes do Brasil, a Embaixada tem auxiliado alguns artistas em projetos pontuais, como passagens aéreas ou eventos paralelos de divulgação. Entre os amparados, estão André Mehmari, em sua primeira turnê em trio, e Yamandu Costa, quando foi convidado pelo East End International Guitar Festival.

### O público da música brasileira no Japão: japoneses ou expatriados?

A rádio japonesa é plural e abre um leque de possibilidades para divulgar música de todos os estilos. Em turnê, esta autora pôde visitar várias emissoras em diferentes cidades, conhecendo programas especializados em música brasileira, como o já citado *Saúde Saudade*, da emissora J-WAVE, com entrevistas em português e tradução posterior em japonês. Outros programas visitados são bilíngues, em inglês e japonês, voltados para estrangeiros residentes na ilha, como o *Barakan*

*Morning* – que costuma trazer repertório mais próximo do jazz –, apresentado pelo britânico Peter Barakan na InterFM. Barakan apresenta nas duas línguas em sequência, ao vivo, com pausas frequentes na entrevista em inglês para fazer a tradução daquele trecho da conversa para o japonês. Também foi visitada a FM Cocolo, em Osaka, que traz programação numa grande variedade de línguas, com apresentadores de nacionalidades diferentes a cada hora – na ocasião da visita, a autora participou de duas entrevistas seguidas, uma em inglês, com foco em jazz, e outra em português, com foco na música brasileira.

Os jornalistas japoneses são retratados de forma carinhosa pelos artistas entrevistados. “Muito preparados”, segundo Antonio Loureiro; “estudam muito bem o que vão falar com você”, diz Filó Machado; “completamente diferentes” dos brasileiros, segundo André Mehmari, que comenta que, em sua primeira entrevista, o jornalista “chegou com uma mala com todos os discos que gravei na vida, inclusive os discos em que fiz só uma participação especial”.

Os comentários são feitos em contraste com relatos de dificuldade de conseguir espaço na imprensa brasileira, constituída por jornalistas despreparados, segundo os entrevistados. “Muitas vezes, a pessoa só ouve o último trabalho e conhece um *pouquinho* do que você fez. Não tem um aprofundamento”, afirma Antonio Loureiro. Fabio Torres explica a diferença quando se posiciona como artista que não faz música para grandes públicos:

O jornalista japonês é extremamente informado sobre o que vai conversar com você. [...] Não essa música brasileira famosa. O cara não estava falando do Caetano Veloso, da Anitta. Ele conhece os artistas brasileiros pequenos – uma música que diria que é muito representativa do Brasil, mas não tem tanto espaço na imprensa daqui. Lá, porém, existe o jornalista especializado em cultura brasileira, e os caras são muito competentes nisso. Ao dar uma entrevista, o cara lembra de detalhes da sua carreira que você não lembra mais.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Trecho de entrevista com Fabio Torres.

Quando questionado sobre sua preparação para entrevistar artistas e escrever textos de apresentação de álbuns, Takashi Horiuchi responde que estuda a carreira e obras completas do artista, convidados e participações, todos os presentes na ficha técnica do álbum. “Quando há músicas de outras pessoas, ouço a versão original.”<sup>32</sup> O crítico demonstra profundidade na aproximação com a música sobre a qual fala, assim como descreve com detalhes o público ao qual se direciona.

<sup>32</sup> Trecho de entrevista com Takashi Horiuchi.

Na minha opinião, há dois tipos de público. Um deles é japonês e o outro é composto por brasileiros que moram no Japão. A maioria do público japonês tem mais de 35 anos de idade, creio.

[...]

E acho que esse grupo das pessoas de mais de 35 pode ser dividido em alguns subgrupos: um que sempre procura espontaneamente boa música sem se limitar à música brasileira; um mais leve, que escuta músicas que conheceu por acaso e gostou delas; e um com músicos e dançarinos de alguma escola de samba daqui, que se chama Conhecedor do Brasil etc.

O público brasileiro que mora aqui veio como *dekasegui*,<sup>33</sup> depois da década de 1990. A maioria deles trabalha nas fábricas e forma as comunidades brasileiras. Em pouco tempo, começou a ser publicado um jornal e abriu uma emissora de televisão dedicada a eles. Pagando mensalidade, podem assistir aos programas da Globo sem muito atraso em relação ao Brasil. E apareceu o pessoal que convida artistas que saem na Globo para fazer shows ao público brasileiro residente no Japão.<sup>34</sup>

<sup>33</sup> O termo *dekasegi*, escrito em português “decasségui”, designa o indivíduo que sai de sua casa para trabalhar em outra região ou país. É utilizado para imigrantes e migrantes de diversas nacionalidades e regiões do Japão.

<sup>34</sup> Trecho de entrevista com Takashi Horiuchi.

<sup>35</sup> O público de diversos artistas brasileiros é configurado como sendo principalmente de expatriados, como no caso de Caetano Veloso e Gilberto Gil, que sofrem cobrança de discussão de temas em voga no país em shows internacionais. Disponível em: <[http://bit.ly/DG\\_caetanoegil](http://bit.ly/DG_caetanoegil)>. Acesso em: 10 jan. 2016.

Todavia, a entrevista na subsidiária da TV Globo em Tóquio, em 2013, com o Dani & Debora Gurgel Quarteto pode ser relatada por esta autora como feita nos padrões brasileiros descritos pelos entrevistados. Ao contrário dos jornalistas de veículos japoneses, que demonstravam ter estudado o trabalho musical do grupo e de seus integrantes, a jornalista brasileira fez perguntas triviais, improvisadas com base nas primeiras linhas do texto de apresentação do grupo. Sendo a mídia brasileira voltada para expatriados, ela aparenta seguir o interesse desse público e prioriza artistas com destaque no próprio Brasil, cujas plateias dos shows são repletas de brasileiros residentes no Japão.<sup>35</sup>



<sup>36</sup> Em entrevista respondida por e-mail em 2 de fevereiro de 2018.

Especialmente no que tange à música brasileira, mantém-se a revista *Latina*, especializada na música do Brasil, com publicação mensal, impressão em papéis nobres e equipe refinada de jornalistas e críticos. Seu público é majoritariamente japonês, aberto a ouvir novos talentos, segundo o hoje editor-chefe Katsuaki Hanada.<sup>36</sup> A *Latina* traz resenhas de novos lançamentos, entrevistas com profundidade e, com participação do público, elege os melhores álbuns do ano, em parceria com o *Saúde Saudade* (NORIKO, 2016).

Ao contrário da entrevista improvisada pela jornalista da subsidiária da TV Globo no Japão, o Dani & Debora Gurgel Quarteto foi positivamente surpreendido no mesmo ano ao responder, a Katsuaki Hanada, então repórter da *Latina*, perguntas elaboradas sobre o início de carreira e a sonoridade dos primeiros discos que não haviam sido lançados no país.

<sup>37</sup> Trecho de entrevista com Takashi Horiuchi.

Os artistas abordados neste estudo aparentam se apresentar para o primeiro grupo apresentado por Takashi Horiuchi, o de japoneses de mais de 35 anos que procuram espontaneamente boa música. Quando descreve o público dos shows do Dani & Debora Gurgel Quarteto, os quais acompanha desde 2013, ele sugere que sejam “20% de fãs de música brasileira, 50% de fãs do DDG4 e 30% que procura boa música sem se limitar em algum gênero”,<sup>37</sup> todos japoneses.

<sup>38</sup> Trecho de entrevista com Jin Nakahara.

Segundo Jin Nakahara, responsável pelo *Saúde Saudade*, seu público é principalmente de japoneses, porém com uma alteração significativa: nos anos 1990, a maioria dessa audiência era composta por jovens, mas, “nesses últimos anos, a maioria são adultos”.<sup>38</sup> Horiuchi completa: “Estou me esforçando para levá-las [as canções] para pessoas que estão esperando boa música, aumentando o hoje pequeno círculo de música brasileira no Japão. Sinto que esse círculo está se ampliando cada vez mais”.

### Considerações finais

Seja bossa nova, MPB, hip-hop ou qualquer outro estilo, a música brasileira conquista seu espaço ao redor do mundo e o Japão não é exceção. Porém, quando se trata de estilos de nicho, como a música brasileira instrumental e a de canções que não têm espaço na programação das rádios nacionais, os artistas comumente direcionam seus trabalhos para a exportação.

<sup>39</sup> Informações disponíveis em: <<https://bit.ly/2CqSpWj>>. Acesso em: 23 jan. 2018.

A associação Brasil Música e Artes mantém um projeto de auxílio à exportação de música, em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), chamado Brasil Music Exchange, pelo qual incentiva empresas brasileiras que trabalhem com exportação de produtos e serviços musicais.<sup>39</sup> Dentre os mercados eleitos como prioritários para o incentivo do programa, estão Reino Unido, França, Canadá e Japão, o que coincide com a agenda de shows passados da veterana Joyce Moreno.<sup>40</sup>

<sup>40</sup> Agenda passada disponível em versão anterior de seu website, acessível pelo Internet Archive, em <<https://bit.ly/2AfspEL>>. Acesso em: 23 jan. 2018.

Para que se viabilize essa exportação de música brasileira, a colaboração entre artistas se apresenta como central na apresentação de novos nomes para o público internacional, em especial o japonês. Essa colaboração pode ser com artistas japoneses – o *rapper* Emicida esteve no Japão em 2016 para se apresentar como show de abertura de um grupo japonês com o qual colaborou, o Tokyo Sky Paradise – ou com artistas brasileiros. Joyce Moreno constantemente traz consigo novos artistas e outros ícones da bossa nova, convidados diferentes a cada ano.

<sup>41</sup> Trecho de entrevista com Joyce Moreno.

Sempre fiz questão de levar convidados brasileiros, músicos importantes que eram apreciados no Japão, mas que talvez não tivessem ainda tido oportunidade de se apresentar com maior frequência por lá. Levei praticamente toda a bossa nova histórica e agora, sempre que posso, levo algum convidado de gerações mais novas, alguém que possa ser apreciado pelo público japonês também. Acho essa troca muito importante. Já que tenho esse espaço, divido com o maior prazer.<sup>41</sup>

Um dos convidados de Joyce foi André Mehmari, em 2005; e depois voltou outras cinco vezes ao país. De todos os entrevistados, esse é o músico que esteve no país em situações mais diversas, tendo viajado sozinho, com seu trio e em colaborações com outros artistas internacionais, como Gabrielle Mirabassi e Juan Quintero –

<sup>42</sup> Álbum “Joyce”, lançado em 1968. Discografia disponível em <<http://www.joycemoreno.com/joyce-moreno-%E2%80%93-discografia.html>>. Acesso em 23 de Janeiro de 2017.

todas seguintes à primeira viagem, como convidado de Joyce Moreno. A cantora e compositora, cujo primeiro álbum<sup>42</sup> completa meio século em 2018, colabora com seus pares à maneira com que se busca colaborar hoje entre os chamados Novos Compositores, que contam com pouco mais de dez anos de carreira, em média.

A música chega em grupo aos ouvidos japoneses, pelas caixas com pequenas quantidades de muitos títulos da distribuidora Tratore, selecionados a partir das fichas técnicas dos álbuns da remessa anterior. Cada participação em um projeto é conexão com o trabalho principal do artista e, por esses caminhos, se estabelece uma rede de indicações que vai de artista em artista, conectando a música brasileira em inter-relações aos olhos japoneses.

Conectados, os artistas entrevistados parecem concordar quanto aos assuntos discutidos, dentro de suas faixas de público. Os músicos de pequeno porte apresentam mais liberdade de repertório, enquanto as grandes multidões buscam clássicos da bossa nova. Todos retratam um público carinhoso e interessado e jornalistas atentos e cuidadosos.

Porém, quando indagados se sua música tem mais público no exterior do que no Brasil, os artistas entrevistados divergem em opiniões. Enquanto Antonio Loureiro e Dani & Debora Gurgel Quarteto acreditam ter mais fãs especificamente no Japão do que no resto do mundo e Filó Machado diz ser “mais respeitado lá fora do que aqui”,<sup>43</sup> Fabiana Cozza e Giana Viscardi dizem que depende do projeto. André Mehmar, por sua vez, diz que ainda não alcançou o público que deseja nem no Brasil nem no exterior, e que sua música “é sempre uma, tocando na minha sala ou do outro lado do mundo. Levo meu mundo comigo por onde vou”. Esse mundo musical se completa com Joyce Moreno, que por muito tempo diz ter acreditado que tinha mais público fora do Brasil do que dentro, mas não considera justo comparar o Brasil, um só país, com todos os outros reunidos. Segundo Joyce, sua música “pertence ao mundo”.

Essa música, feita por brasileiros com pouco espaço em sua própria mídia e seus próprios teatros, é exportada para diversos países, em especial o Japão. Sejam eles Novos Compositores ou ícones da bossa nova, representam a imagem do Brasil diante de um público de japoneses que procuram saber mais sobre a música contemporânea do país. Ainda que com espaço de nicho na terra do sol nascente, esses brasileiros – que também ocupam espaços de nicho no Brasil –, conquistam público cativo, que enche as plateias de suas apresentações, possibilitando que sejam contratados para a próxima turnê.

## Referências

ANDERSON, C. *Free: grátis: o futuro dos preços*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BUSSAB, M. Julho/2015: por que demoramos sete anos para quebrar um recorde. *Blog da Tratore*, São Paulo, 2015. Disponível em: <[http://bit.ly/DG\\_tratore2015](http://bit.ly/DG_tratore2015)>. Acesso em: 10 jan. 2016.

CRAVO ALBIN, R. Lisa Ono. *Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira*, Rio de Janeiro, 2 jun. 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/2NMkzwK>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

DE MARCHI, L. *Transformações estruturais da indústria fonográfica no Brasil 1999-2009: desestruturação do mercado de discos, novas mediações do comércio de fonogramas digitais e consequências para a diversidade cultural no mercado de música*. 2011. 289 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/2CmkVlz>>. Acesso em: 16 out. 2018.

\_\_\_\_\_. Inovação e institucionalização na indústria fonográfica brasileira: um estudo de caso das estratégias de negócio de músicos autônomos no entorno digital. *Revista*

<sup>43</sup> Trecho de entrevista com Filó Machado.

*Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura*, São Cristóvão, v. 14, n. 2, p. 1-22, 2012.

GURGEL, D. O novo público da indústria musical: aquele que compra ou aquele que escuta? *Signos do Consumo*, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 44-53, 2016.

HANADA, K. (花田勝暁). ダニ&デボラ・グルジェル・クアルテート. *Latina*, Tóquio, p. 14-18, 2013.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY – IFPI. *IFPI Digital Music Report 2014*. Zurich, 2014. Disponível em: <[http://bit.ly/DG\\_ifpi2014](http://bit.ly/DG_ifpi2014)>. Acesso em: 16 out. 2018.

\_\_\_\_\_. *IFPI Digital Music Report 2015*. Zurich, 2015.

\_\_\_\_\_. *Global Music Report*. Zurich, 2016.

INGHAM, T. Japan's recorded music business grew last year (but only just). *Music Business Worldwide*, London, 27 Mar. 2017a. Disponível em: <<https://bit.ly/2nAeERu>>. Acesso em: 16 out. 2018.

\_\_\_\_\_. Music subscriptions exploded in the US in 2016, as market generated \$7.7bn. *Music Business Worldwide*, London, 30 Mar. 2017b. Disponível em: <<https://bit.ly/2nmv7pc>>. Acesso em: 16 out. 2018.

KISCHINHEVSKY, M.; VICENTE, E.; DE MARCHI, L. *Música infinita: serviços de streaming como espaços híbridos de comunicação e consumo musical*. Belo Horizonte: Compós, 2015.

MATSUDA, K. *The relations between Portugal and Japan*. Lisbon: Centro de Estudos Históricos Ultramarinos, 1965.

MÚSICA de Graça. Direção: Dani Gurgel. Produção: Da Pá Virada. São Paulo, *Da Pá Virada*, 2018. Podcast (36 episódios), son., color. Disponível em: <<https://bit.ly/2PLYAMZ>>. Acesso em: 20 out. 2018.

NORIKO, T. (田中紀子). 2015年ブラジル・ディスク大賞. *Latina*, Tóquio, p. 8, jan. 2016.

OUTRO Som. Direção: Dani Gurgel. Produção: Da Pá Virada. São Paulo, *Music Box Brazil*, 2018. Série-documentário (13 episódios de 26 min.), son., color.

PANAY, P. Rethinking music: the future of making money as a performing artist. In: THE BERKMAN CENTER FOR INTERNET; SOCIETY AT HARVARD UNIVERSITY (Orgs.). *Rethinking music: a briefing book*, 2011. p. 57-64.

PERPETUO, I. F.; SILVEIRA, S. A. *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento, 2009.

TOWER Records Shibuya. *Tower Records Online*, Tóquio, 16 out. 2018. Disponível em: <[http://bit.ly/dg\\_towerrecords](http://bit.ly/dg_towerrecords)>. Acesso em: 16 out. 2018..

WHOPPER, W. *Guia da música instrumental brasileira*. Tóquio: DU Books, 2013.